

Man kan med fog hävda att idrotten kan studeras och analyseras ur åtminstone två dominerande och skilda perspektiv, nämligen produktion av idrott respektive konsumtion av idrott. Och det är knappast kontroversiellt att hävda att det för närvarande finns en rörelse inom idrottsforskningen från det förstnämnda till det sistnämnda perspektivet. Inte många forskare sysslar idag uteslutande med produktionsaspekten. John Horne, lektor i sport/leisure management vid The Moray House School of Education at The University of Edinburgh, det vill säga Lärarutbildningen vid Edinburgh-universitetet, väljer i sin nya bok, *Sport in Consumer Society* att i stort sett uteslutande behandla konsumtionsaspekten. Kanske är det skälet till att han, ett vad gäller omfattningen närmast unikt referensmaterial till trots, missar sådana avgörande aspekter på idrottskonsumtion som passion och lojalitet gentemot laget, vilket placerar idrottskonsumtion i en egen liga i förhållande till konsumtion av vitvaror, underkläder och till och med franska ostar. Bo Carlsson räknar sidor och recenserar.

## Konsten att konsumera idrott – och facklitteratur

Bo Carlsson

Idrottsvetenskap, Malmö högskola

John Horne

### **Sport in Consumer Culture**

200 sidor, hft.

Basingstoke, Hamps.: Palgrave

Macmillan 2006

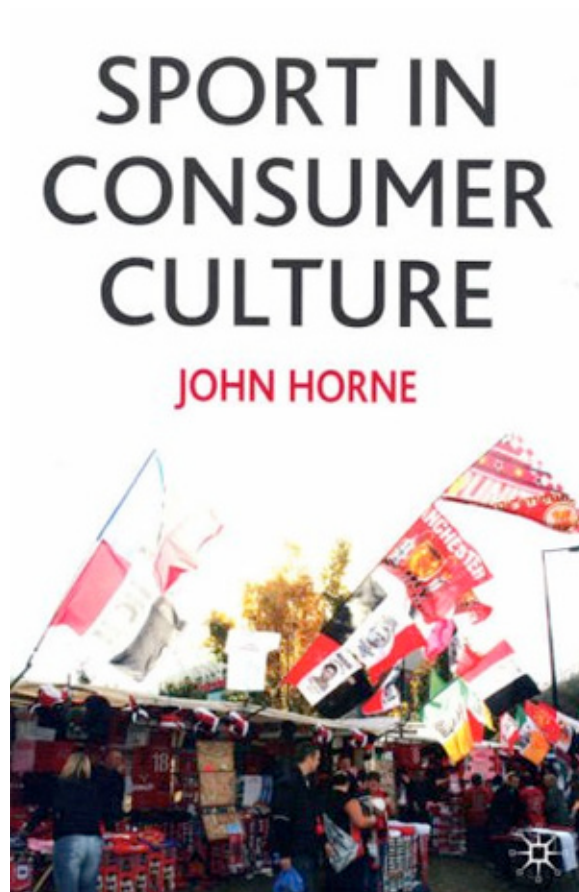
ISBN 0-333-91286-1

**Tabell 1: Sport in Consumer Society, disposition**

Inledning	19 sidor	10,2%
Del I	48 sidor	25,9%
Del II	45 sidor	24,3%
Del III	41 sidor	22,2%
Avslutning	9 sidor	4,9%
Litteraturlista	23 sidor	12,4%

Tabell 1 är en beskrivning av sidantalet i John Hornes nya bok "Sport in Consumer Culture". När man betänker att litteraturlistan utgör en åttondel av boken är det inte konstigt att jag fick känslan av ett oändligt "name dropping" och att boken präglades av ett evinnerligt citerande av jättekorta bisatser, oftast tre-fem ord, typ

- "outside the commercial market",



- "the consumerist syndrome" (Bauman),
- "triumph of advertising" (Adorno och Horkheimer) eller
- "delocalisation of sporting tastes and loyalties" (Whitson), eller något längre,
- "sport consumers might be caught between twin processes of Murdochization and Microsoft-isation"

för att nämna ett litet urval i floden av – i regel – korta citat.

Tveklöst har John Horne konsumerat en mängd böcker, men man kan fråga sig vad presentationen egentligen vinner på detta *överflöd av referenser, eller om det inte snarare gör att man inte ser skogen för alla träden?* Jag är nog benägen att luta mot den senare tolkningen, då det blir rätt jobbigt att följa resonemangen, som blir ytliga och det hela därmed rätt hoppigt.

Trots denna grundläggande kritik tycker jag att boken har sina poänger, och det är rätt imponerande att på dessa få sidor kunna presentera utvecklingen av konsumtionskulturen, dess kommodifiering och reglering, samt dess betydelse för social och kulturell identitet. Men som sagt, denna bredd gör även boken något ytlig, trots tunga referenser och gediget referensarbete.

John Horne börjar med att tala om att man inom sociologin, enligt honom i varje fall, kan tala om en form av paradigmskifte. Från att tidigare ha utgått från antingen ett aktörs- eller strukturperspektiv, har sociologin allt mer blivit intresserad av att fånga och beskriva "kultur". Hornes bidrag i denna utveckling är att hantera idrotten och dess kulturella uttrycksformer. Han påtalar härvid att idrott både kan utövas och konsumeras. Horne väljer att ta sin utgångspunkt i idrott som en konsumtionsvara, och dess former i en allt mer kommersialiserad och förrättsligad idrott.

I sin introduktion påtalar Horne att konsumtion är en aktivitet i vilken identitet skapas, och idrottskonsumtion har säkert en speciell betydelse då den oftast kopplas till passion, och ekonomer talar om idrott som passionsvarumärke. Vidare har idrott allt mer blivit sammankopplat med konsumtion av varor, och dess relation till olika medier blir allt mer påtagligt, och är en del i en global konsumtions- och underhållningsindustri och/eller -cirkus. Det innebär att idrott saluförs som andra varor, i en allt mer kommodifierad form, och som Horne uttrycker sig, förvandlar idrott till "a male soap opera" (s. 5). Idag är idrotten – vi talar om underhållningsidrotten – fångad i två parallella processer å la MacDonalization of Society, nämligen "the twin processes of Murdochization and Microsoft-isation" (s. 64).

Det är även viktigt, påtalar Horne, att förstå idrott som konsumtion och som en konsumtionskultur, samt dess betydelse för livsstilar och identitet. Olika individer använder konsumtion som ett sätt att skapa identitet, sociala band och social distansering. Här återoppar Horne postmodernistiska betraktelser av kulturen och subjekten, som även hävdar att konsumtion är en viktig social markör som konstruerar livsstilar, och fungerar som alternativ till mer traditionell produktion av identitet (skola, familj, mm). På så sätt finns det inga stabila identiteter, utan den framstår som mer fragmenterad och motsägelsefull, och även påverkbar. Samtidigt vill jag hävda att idrott även har ett motsatt konsumtionsmönster – något som Horne glömmer bort, trots mängden av referenser – nämligen att många åskådare, i egenskap av supportrar, är mycket lojala och trofasta, och därmed sällan byter vara, till exempel från Malmö FF till AIK, som man byter Electrolux mot Siemens om nu Siemens har en bättre produkt. Det finns andra värden – tradition och passion – kopplade till idrotten som gör varan speciell, i jämförelse med många andra produkter i vår konsumtionskultur.

Tveklöst behandlar Horne en viktig idrottsvetenskaplig problematik, nämligen idrott/sport som konsumtionsvara, och dess koppling till medier, och jag hoppas på ytterligare texter från denne man, men då mer genomarbetade och djupgående. Föreliggande bok upplevs mer som en inventering av möjliga ingångar till problematiken, snarare än som ett bidrag till förståelsen av "idrott i konsumtionskulturen". Författaren kunde till exempel ha gjort mycket mer kring frågor rörande den eventuella skillnaden mellan äventyrssporter (livsstil) och traditionell idrott (social tillhörighet), och vad det har för betydelse för identitet och det postmoderna subjektet.

Men boken är i ett generellt perspektiv rätt givande – trots nämnda begränsningar – då den trots allt väcker intresset för att ta sig an idrott som konsumtionsvara. Som rättsociolog blir man dessutom än mer intresserad av vad den här varan har för normerande betydelse, i jämförelse med andra normkällor.



Kjøp boken fra [Akademika.no](http://Akademika.no)



Køb bogen fra [Samfundslitteratur.dk](http://Samfundslitteratur.dk)

[www.idrottsforum.org](http://www.idrottsforum.org)

Redaktør [Kjell E. Eriksson](#)

Ansvarig utgiver [Aage Radmann](#)